

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA "SCORPIO"
DI PT. SURYA TIMUR SAKTI MOTOR SURABAYA**

SKRIPSI



R. OCTA ARDIE PRADANA
0612010092/ FE/EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2011**

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul **“PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT BELI PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA ”SCORPIO” DI PT. SURYA TIMUR SAKTI MOTOR SURABAYA”**.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini Peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spirituil maupun materiil, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur. SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Muhadjir Anwar, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Kustini, Msi., selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan sabar telah memberikan bimbingan sehingga Peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

PROPOSAL

PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT BELI PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA "SCORPIO" DI PT. SURYA TIMUR SAKTI MOTOR SURABAYA

Yang Diajukan Oleh

OCTA ARDIE PRADANA
0612010092/ FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun Skripsi oleh:

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Kustini, MSi.

Tanggal :

Mengetahui
Ketua Progam Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, SE, MM
NIP. 196509071991031001

SKRIPSI

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA "SCORPIO"
DI PT. SURYA TIMUR SAKTI MOTOR SURABAYA**

Yang Diajukan Oleh

OCTA ARDIE PRADANA

0612010092/ FE/EM

Disetujui untuk Ujian Lisan oleh:

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Kustini, MSi.

Tanggal :

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi

Drs. Ec. H. R. A. Suwaidi, MS

NIP. 196003301986031003

SKRIPSI

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA "SCORPIO"
DI PT. SURYA TIMUR SAKTI MOTOR SURABAYA**

Yang Diajukan Oleh

OCTA ARDIE PRADANA

0612010092/ FE/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 27 Mei 2011**

**Pembimbing :
Pembimbing Utama**

Dra. Ec. Kustini, MSi.

**Tim Penguji :
Ketua**

**Drs. Ec. H. R. A. Suwaidi, MS
Sekretaris**

**Dra. Ec. Kustini, MSi.
Anggota**

Wiwik Handayani, SE., Msi

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur**

**Dr. Dhani Ichsanudin Nur. SE., MM.
NIP. 030 202 389**

5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada Peneliti selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kepada kedua orangtuaku yang tercinta yang telah mendoakan dan memberikan dukungan baik moril ataupun material.
7. Kepada teman, dan sahabat yang telah membantu dan memberikan dukungan selama ini.
8. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu Peneliti sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, sebagai ungkapan dan doa semoga jasa baik yang diberikan oleh semua pihak akan mendapat pahala yang berlimpah dari Allah S.W.T. dan harapan Peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang ingin mempelajari dan mengkaji pokok-pokok yang terkandung didalamnya.

Salam hormat,

Surabaya, Mei 2010

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Definisi Pemasaran.....	8
2.2.2. Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.3. Konsep Pemasaran	10
2.2.4. Perilaku Konsumen	11
2.2.4.1. Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.2.4.2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.2.4.3. Keputusan Pembelian Konsumen	19
2.2.4.4. Model Perilaku Pembelian	19
2.2.4.5. Proses keputusan Pembelian Konsumen	21
2.2.4.6. Jenis Perilaku Pembelian	23

2.2.5. Sikap Konsumen	26
2.2.5.1. Indikator Yang Membentuk	
Sikap Konsumen	27
2.2.6. Norma Subyektif	27
2.2.6.2. Indikator Yang Membentuk	
Norma Subyektif	29
2.2.7. Minat Beli Konsumen	29
2.2.7.1. Indikator Yang Membentuk	
Minat Beli Konsumen	30
2.2.8. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli	31
2.2.9. Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Beli	32
2.3. Kerangka Konseptual	33
2.4. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1. Definisi Operasional	35
3.1.2. Pengukuran Variabel	37
3.2 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	38
3.2.1. Populasi	38
3.2.2. Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	40
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	40
3.4.1. Teknik Analisis SEM	40
3.4.2. Uji Reliabilitas dan Validitas	41
3.4.2.1. Uji Validitas	41
3.4.2.2. Uji Reliabilitas	41
3.4.3. Uji Outliers Univariat dan Multivariat	42
3.4.3.1. Uji Outliers Univariat	42

3.4.3.2. Uji Outliers Multivariat	43
3.4.4. Uji Normalitas dan Linieritas.....	43
3.4.5. Analisis Faktor dan Konfirmatori	44
3.4.6. Uji Hipotesis.....	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
4.1.2. Deskripsi Sikap Konsumen	48
4.1.3. Deskripsi Norma Subyektif.....	50
4.1.4. Deskripsi Minat Beli Konsumen.....	52
4.2. Analisis Data	54
4.2.1. Evaluasi Outlier	54
4.2.2. Evaluasi Reliabilitas.....	55
4.2.3. Evaluasi Validitas.....	57
4.2.4. Evaluasi <i>Construct Reliability</i> dan <i>Varance Extracted</i>	58
4.2.5. Evaluasi Normalitas	59
4.2.6. Model Pengukuran Measurement.....	60
4.2.6.1. Analisis <i>Unidimensi First Order</i>	60
4.2.7. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	64
4.3.7.1. Analisis Model <i>One-Step Approach</i> <i>To SEM</i>	64
4.2.8. Evaluasi Kausalitas	63
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.3.1. Pengujian Hipotesis Hubungan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen.....	6
4.3.2. Pengujian Hipotesis Hubungan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Konsumen.....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

TABEL	Hal
1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Yamaha “Scorpio” PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya Tahun 2009.....	4
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	46
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	47
4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Sikap Konsumen	48
4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Norma Subyektif	50
4.6. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat Beli Konsumen	52
4.7. Outlier Data.....	55
4.8. Reliabilitas Data	56
4.9. Validitas Data.....	57
4.10. <i>Construct Reliability Dan Variance Extracted</i>	58
4.11. Normalitas Data.....	59
4.12. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model</i> <i>One Step Approach-Base Model</i>	61
4.13. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Model</i> <i>One Step Approach-Modifikasi</i>	62
4.14. Hasil Uji Kausalitas.....	63
4.15. Unidimensi <i>First Order</i>	64

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR		Hal
2.1.	Model Perilaku Pembelian	20
2.2.	Proses Keputusan Pembeli	21
2.3.	Kerangka Konseptual	38
3.1.	<i>Structural Equation Model</i> Untuk Penelitian Pengaruh Sikap Konsumen dan Norma Subyektif Terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha “Scorpio” di PT Surya Timur Sakti Motor Surabaya.....	45
4.1.	Model Pengukuran dan Struktural <i>Customer Attitude</i> , <i>Subjective Norm</i> , & <i>Purchase Intention</i> <i>One Step Approach – Base Model</i>	61
4.2.	Model Pengukuran dan Struktural <i>Customer Attitude</i> , <i>Subjective Norm</i> , & <i>Purchase Intention</i> <i>One Step Approach – Modification Model</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Outlier
- Lampiran 5 : Hasil Uji SEM



**PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA "SCORPIO"
DI PT. SURYA TIMUR SAKTI MOTOR SURABAYA**

Oleh

OCTA ARDIE PRADANA

ABSTRAKSI

Sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia bahkan dunia, perusahaan Yamaha memiliki tanggung jawab untuk memuaskan para pelanggan dengan berbagai keunggulan, misalnya kualitas disain, warna, simbol dan ciri khas tertentu yang mampu mendongkrak penjualan dan juga menciptakan kesan tersendiri di benak pelanggan. Dari fenomena selama tahun 2009, penjualan sepeda motor Yamaha "SCORPIO" PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya, tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak manajemen perusahaan, turunnya minat beli konsumen akan sepeda motor Yamaha "SCORPIO" ini kemungkinan disebabkan karena banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini tujuan untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen dan norma subyektif terhadap minat beli konsumen pada sepeda motor Yamaha "SCORPIO".

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 110 responden dengan menggunakan teknik *aksidental sampling*. Teknik analisis yang dipergunakan adalah *Structural Equation Modeling* untuk mengetahui kausalitas antar variabel yang dianalisis.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diperoleh kesimpulan bahwa faktor Sikap Konsumen berpengaruh positif terhadap faktor Minat Beli Konsumen, tidak dapat diterima atau tidak signifikan (positif), dan faktor Norma Subyektif berpengaruh positif terhadap faktor Minat Beli Konsumen, dapat diterima atau signifikan (positif). Artinya, model konseptual yang dikembangkan dan dilandasi oleh teori tidak sepenuhnya didukung oleh fakta.

Kata Kunci : *Sikap Konsumen, Norma Subyektif dan Minat Beli*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa angin segar bagi perusahaan otomotif terutama dibidang sepeda motor, yang mana sangat dibutuhkan oleh banyak orang, selain harganya terjangkau dan juga mudah perawatannya.

Konsumen akan memilih produk yang mengandung atribut – atribut yang diyakininya relevan dengan yang dibutuhkannya. Untuk itu produsen perlu mengetahui bagaimana konsumen menilai atribut – atribut dari produk yang dihasilkan. Hal ini dikarenakan penilaian dari konsumen tersebut akan mempengaruhi niat beli konsumen..

Menurut Sigit (2006 : 82) niat adalah salah satu faktor internal (Individu) yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam proses pembelian, niat beli konsumen ini berkaitan erat dengan motif yang dimilikinya untuk memakai ataupun membeli produk tertentu.

Agar konsumen memiliki persepsi dan perasaan terhadap produk yang dikeluarkan perusahaan, maka produk harus benar – benar memiliki keistimewaan dan keunggulan tersendiri yang bisa membedakan produknya dengan produk pesaing, misalnya dengan melakukan inovasi,

desain, dengan memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing, dengan begitu minat beli masyarakat akan tinggi

Minat seseorang untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh sikapnya terhadap perilaku atau tindakan pembelian dan norma subyektif, dimana persepsi seseorang bahwa orang lain yang baginya akan bertindak terhadap perilaku itu. (Schiffman dan Manuk (2000) dalam Sigit (2006 : 83)

Menurut teori *Reasoned Action* dan Fishbein (1975) dalam Sigit (2006 : 82), menyatakan bahwa tindakan seseorang adalah realisasi dari keinginan atau niat seseorang untuk bertindak dan faktor yang mempengaruhi minat adalah sikap pada tindakan dan norma subyektif yang menyangkut persepsi seseorang apakah orang lain yang dianggap penting akan mempengaruhi perilakunya.

Menurut Umar (2003 : 435) Sikap adalah merupakan sebagai evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang relatif terhadap suatu objek atau gagasan sebelum melakukan pembelian, Konsumen akan mempunyai kesetiaan terhadap produk apabila pihak perusahaan bisa memahami dan memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Oleh sebab itu pihak perusahaan harus bisa menjaga kepercayaan dan kualitas dari produk yang dihasilkan serta harus bisa membidik pasar dan menentukan segmen pasarnya.

Selain sikap dapat mendasari minat beli konsumen, faktor norma subyektif (*subjective norms*) juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Menurut (Hartono, 2007) Norma subyektif adalah persepsi

atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan

Penelitian yang dilakukan oleh Sigit (2006) membuktikan bahwa minat seseorang untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahra (2008) yang membuktikan bahwa Norma Subyektif berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam menggunakan internet sebagai sumber pustaka.

Sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia bahkan dunia, perusahaan Yamaha memiliki tanggung jawab untuk memuaskan para pelanggan dengan berbagai keunggulan, misalnya kualitas disain, warna, simbol dan ciri khas tertentu yang mampu mendorong penjualan dan juga menciptakan kesan tersendiri di benak pelanggan. Ciri dan sifat inilah yang menjadikan perusahaan otomotif ini memiliki keistimewaan di mata konsumen jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya dan pada akhirnya akan dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membelinya.

Dari data yang diperoleh dari bagian penjualan pada PT. Surya Timur Sakti Motor yang terletak di Jl. Basuki Rahmat no. 45 - 47 Surabaya, dapat dilihat pada tabel 1.1, sebagai berikut :

Tabel 1.1.
Data Penjualan Sepeda Motor Yamaha “SCORPIO”
PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya
Tahun 2009

Tahun 2009	Penjualan (Unit)	Kenaikan / Penurunan	Tingkat Pertumbuhan (%)
Triwulan I	439		
Triwulan II	123	-316	-71,98
Triwulan III	164	41	33,33
Triwulan IV	114	-50	-30,49

Sumber : PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya, 2009

Dari tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa minat beli konsumen akan produk sepeda motor Yamaha “SCORPIO” pada triwulan ke II tahun 2009 mengalami penurunan sebanyak 316 unit atau turun sebesar 71,98% dari hasil penjualan pada triwulan I, Untuk triwulan ke III kembali mengalami kenaikan sebanyak 41 unit atau naik sebesar 33,33% dari hasil penjualan pada triwulan II, akan tetapi untuk triwulan ke IV kembali mengalami penurunan sebanyak 50 unit atau turun sebesar 30,49% dari hasil penjualan pada triwulan III.

Dari fenomena tersebut menunjukkan bahwa selama tahun 2009, penjualan untuk sepeda motor Yamaha “SCORPIO”, tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak manajemen perusahaan, turunnya minat beli konsumen akan sepeda motor Yamaha “SCORPIO” ini kemungkinan disebabkan karena banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing.

Atas dasar hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Sikap Konsumen dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Yamaha “SCORPIO” di PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut di atas, maka perumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah faktor Sikap Konsumen berpengaruh terhadap minat beli produk sepeda motor Yamaha “SCORPIO” di PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya?
2. Apakah faktor Norma Subyektif berpengaruh terhadap minat beli produk sepeda motor Yamaha “SCORPIO” di PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor Sikap Konsumen terhadap minat beli produk sepeda motor Yamaha “SCORPIO” di PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya.

2. Untuk mengetahui pengaruh faktor Norma Subyektif terhadap minat beli produk sepeda motor Yamaha “SCORPIO” di PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai solusi alternatif dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat beli konsumen.

2. Bagi Peneliti Lain

Dapat digunakan sebagai tambahan khasanah perpustakaan, bahan referensi dan bahan masukan bagi penelitian lebih lanjut, yang berhubungan dengan masalah yang ada.